

Klaus Heinemann,
Institut für Soziologie, Universität Hamburg.
Hamburg, Alemanya.

Núria Puig,
Departament de Ciències Socials,
INEF de Catalunya, Barcelona.

Carles López,
Laboratori d'Investigació Social,
INEF de Catalunya, Barcelona.

Antonio Moreno,
Departament de Gestió i Recreació,
INEF de Catalunya, Barcelona.

CLUBS ESPORTIUS A ESPANYA I A ALEMANYA: UNA COMPARACIÓ TEÒRICA I EMPÍRICA

Paraules clau: clubs esportius, sociologia de les organitzacions voluntàries, sociologia comparativa, globalització i integració europea.

Abstract

In this article the figures obtained from parallel surveys in sport clubs in Spain and Germany are compared. In the first part the theoretical problems and of method related with comparative sociological research are discussed. In the second one is made an empirical analysis of the figures obtained. The results are interpreted under the perspective of the debate on globalization, "institutional arrangements" and the place occupied by clubs in the social context.

Resum

A l'article, es comparen les dades obtingudes en sengles enquestes sobre clubs esportius a Espanya i a Alemanya. A la primera part, es discuteixen els problemes teòrics i de mètode que planteja tota investigació sociològica comparativa. A la segona, es fa una anàlisi empírica de les dades obtingudes. Les conclusions interpreten els resultats a la llum del debat sobre globalització, arranjaments institucionals (institutional arrangements) i lloc ocupat pels clubs en el context social.

Introducció

El 1992, Klaus Heinemann i Manfred Schubert van dur a terme una investigació sobre la situació dels clubs esportius

a l'Alemanya recentment unificada (1). Es van tractar els següents temes: estructura dels membres, les ofertes, la situació econòmica, el personal voluntari i professional, les instal·lacions, la cultura organitzadora i els problemes. Es va construir una mostra de clubs aleatòriament, un cop escollits els quals, se'ls va remetre el qüestionari per correu. El nombre de respostes obtingudes equival al 5% del total dels existents a Alemanya.

Per la seva banda, Antonio Moreno i col·laboradors de l'INEFC a Barcelona van fer el 1994 un treball semblant a la província de Barcelona (incloent-hi Barcelona-capital) i es basaven en un qüestionari alemany que ja havia estat traduït i adaptat (2). Els esforços per obtenir respostes per correu van resultar inútils i això, els va portar a fer entrevistes personalitzades als clubs (3). Finalment un 5%

(1) HEINEMANN, K., SCHUBERT, M., 1994: *Der Sportverein*, Schorndorf, Karl Hoffmann.

(2) MORENO, A., 1995: *El proceso de adaptación de un cuestionario sobre clubs deportivos*, comunicació presentada en el 1r Seminari europeu sobre Organitzacions esportives, Barcelona, octubre.

(3) Les dificultats de fer l'enquesta per correu i la necessitat de fer entrevistes personalitzades, amb el consegüent encariment del treball de camp, van ser les que van obligar a restringir l'àmbit geogràfic de la investigació que inicialment pretenia abraçar, com a mínim, el territori català.



dels existents a la província —que, a més, responen també als criteris de representativitat de la mostra— van emplenar el qüestionari.

Aquesta experiència d'utilitzar el mateix mètode de recollida de dades en dos països diferents va portar al 1995 a una valoració comparativa, els resultats inicials dels quals s'exposen en el present article (4).

L'article ha estat organitzat de la següent manera:

- En una primera part, s'envesteixen les qüestions teòriques i metodològiques relacionades amb la comparació. Es parteix de la formulació de preguntes d'interès científic que configuren l'eix conductor de la reflexió.
- A continuació, s'exposen els primers resultats de la investigació duta a terme. S'analitza en detall cadascun dels indicadors escollits per a la comparació.
- Per últim, s'esbossa una interpretació de les dades partint de les preguntes d'interès científic formulades a la primera part.

Comparar

Què és comparar? Podria dir-se que comparar és un acte quotidià. Sempre comparem: escollim un vestit després d'haver-lo comparat amb d'altres, preferim comprar el pa en un forn i no en un altre, perquè «l'experiència comparativa» ens ha convençut que on ho fem, és millor, anem a un determinat restaurant, perquè si comparem la relació qualitat/preu entre els diferents que hem visitat, aquest és el millor valorat,

etc. En l'acte de compara, no només constatem les diferències, sinó que velem pels nostres interessos; comparem que les tries fetes ens resultin favorables.

Ara bé, què és comparar científicament?, què estem comparant quan parlem de clubs esportius a Espanya i Alemanya? I amb quins problemes ens trobem? En realitat, ens enfrontem a les següents qüestions i requisits:

Qüestions d'interès sociològic, pràctic i de futur

En primer lloc, comparar científicament significa observar uns problemes que despertin l'interès sociològic, pràctic o de futur i significa considerar necessari abordar una investigació per donar-los resposta. En el nostre cas, aquests interessos han estat els següents:

1. *Sociològics.* En els últims anys, la literatura sociològica, posa èmfasi en el fenomen de la globalització, entès com un procés d'homogeneïtzació creixent quant a les formes de vida, estructures de valors, modalitats organitzadores, etc. Es diu que es tendeix a l'anul·lació de les especificitats locals i a la imposició de formes culturals dominants. Hi ha fonaments per creure en aquesta possibilitat: no hi ha fronteres, les distàncies s'han vist reduïdes gràcies a les impressionants millores en els mitjans de comunicació i de transport, a la Comunitat Europea no hi ha guerres, fet que encara afavoreix més tot tipus d'intercanvis. Hem de preguntar-nos si aquest procés de globalització es dona en els clubs esportius alemanys i barcelonins i si la seva situació és cada cop més semblant a tots els països.

El que sí és cert és que, aparentment, tots els clubs esportius són semblants a qual-

sevol país. Tenen estatuts de filosofia democràtica, el voluntariat és part constituent d'aquests, compten amb una simbologia corporativa característica... (5). Ara bé, cal que ens preguntem si darrera d'aquestes aparences formals comunes, la cultura organitzadora que existeix i l'espai ocupat en el panorama esportiu són semblants. O, si pel contrari, hi ha diferències profundes a causa dels diferents contextos socials, culturals, econòmics i polítics en què es desenvolupen els clubs.

Això ens condueix a la tercera qüestió d'interès sociològic: aquella que relaciona el club amb la societat en què es desenvolupa. Compleixen la mateixa funció social els clubs alemanys que els espanyols? I, en cas de no ser així, a què són degudes aquestes diferències?

2. Des d'un punt de vista *pràctic*, és important conèixer l'homogeneïtat i/o diversitat amb què es tracta la integració europea. A mesura que avancem en el coneixement de la realitat esportiva a Europa, apreciem les notables diferències que hi ha en la manera d'organitzar l'esport. Els arranjaments institucionals («institutional arrangements»), mitjançant els quals s'articulen les relacions entre el sector públic, privat no lucratiu i comercial, van des del gran intervencionisme de l'Estat francès a la ferma voluntat alemanya d'evitar qualsevol ingerència estatal. Cada opció té sentit en el seu context. És necessari conèixer a fons aquestes diferències a l'hora de prendre mesures en matèria de política esportiva comunitària per tenir ben present la diversitat cultural i evitar, així, qualsevol mesura que entri en conflicte amb aquesta.

(4) El treball comparatiu ha estat dut a terme mitjançant un ajut a la investigació concedida al projecte «Clubs esportius a Espanya i a Alemanya» per: 1) la Dirección General de Investigación Científica y Técnica del Ministerio d'Educación y Ciencia en el marc de les Accions integrades hispanoalemanyes 1995 a Espanya; i 2) la «Deutscher Akademischer Austauschdienst» en el marc dels «Projektbezogener Wissenschaftler Austausch mit Spanien. Programm 1995» a Alemanya.

Hem de precisar també que per a Alemanya només s'han pres les dades de la de l'Oest. L'Alemanya de l'Est (RDA) recentment integrada a la República federal d'Alemanya no podia ser barrejada, ja que té una singularitat pròpia que hauria introduït caïres difícils d'entendre en el marc d'una anàlisi comparativa.

(5) Vegeu a aquest respecte l'article de Klaus Heinemann en aquest mateix dossier.

3. Per últim, conèixer el present significa poder plantejar alternatives de *futur*. Enfront als problemes que puguin donar-se en un determinat país, conèixer la manera com han estat investits en altres llocs pot ajudar a resoldre'ls i fins i tot, a elaborar noves estratègies útils per a tothom.

Comptar amb dades comparables

En segon lloc, i per donar resposta als problemes plantejats, comparar científicament significa tenir unes dades recollides de manera semblant, al mateix temps i que es corresponen a àrees geogràfiques equiparables. Són unes regles bàsiques de partida. Les dades que nosaltres comparem en aquest article, no s'ajusten exactament a aquestes.

Sentint-ho molt, no ha estat possible dur a terme la investigació per a tot el territori espanyol, ni tan sols el català. Els recursos financers de partida ja eren escassos i a això, cal afegir el fracàs de l'enquesta per correu que es va intentar al principi seguint el procediment utilitzat a Alemanya. Fins que no s'aconsegueixin més recursos, només comptem amb les dades de la província de Barcelona.

Hi ha també una diferència de dos anys entre la recollida de dades a Alemanya (1992) i a Espanya (1994). A més el qüestionari alemany van ser emplenats pels propis membres dels clubs i van ser enviats posteriorment per correu. A la província de Barcelona, i per les raons ja esmentades, l'equip de responsable de l'enquesta va visitar personalment els clubs i el qüestionari es van emplenar durant l'entrevista. Es veu que la manera de recollir informació dona resultats diferents. Finalment, el qüestionari espanyol/català (6) és una traducció de l'alemany. Per descomptat, no és un simple traducció, sinó que hi ha hagut un procés d'adaptació a la realitat dels clubs

espanyols. Malgrat tot, sempre queda el dubte que «tingui ple sentit» en una realitat tan diferent com és l'alemanya.

Comptar amb una teoria

En tercer lloc, comparar científicament també significa anar més enllà de les dades de què disposem. És a dir, les dades són indicadors de la realitat, però no són la realitat mateixa. Serveixen per aproximar-nos-hi. Per tant, comparem dues *realitats*; o sigui, les arrels d'on sorgeixen les dades que hem recollit i també les interpretacions que es poden deduir d'aquestes. En síntesi, es podria dir que les dades són la forma, però no el contingut; la forma pot ser igual, però no el contingut.

Un exemple per il·lustrar aquest comentari pot extreure's de les nostres pròpies dades. Es refereix a l'edat dels clubs que queda reflectida a la gràfica 1.

El 16,4% dels clubs alemanys van ser creats abans de 1918, mentre que a la província de Barcelona, durant el mateix període, només s'havien fundat un 5,5% dels que existeixen actualment. Una primera interpretació podria ser que es tractés únicament d'un endarreriment. Les arrels de l'esport modern se situen en els inicis de la industrialització europea i, com que a Espanya aquesta es produeix més tard que a Alemanya, té sentit pensar que els clubs espanyols també es fundin amb posterioritat. Malgrat tot, una anàlisi més detallada de la realitat en què es desenvolupaven els clubs en ambdós països, posa en entredit aquesta primera hipòtesi explicativa.

Estudis realitzats a Alemanya han posat de manifest la importància dels primers clubs com a nuclis d'integració social. Molts d'ells tenen noms significatius en aquest sentit: «Concordia», «Harmonia», etc. S'ha dit que el segle XIX a Alemanya va ser el dels clubs i les amis-

tats. En un context de molts canvis, que van afectar profundament les antigues estructures familiars i llaços socials i durant el qual es va assistir a un important procés d'urbanització —originant, d'aquesta manera, forts desplaçaments de població—, els clubs i el cultiu de l'amistat —més enllà de llaços de parentiu— són noves referències socials per dotar-se d'una identitat individual i de grup. Per una altra banda, l'esport practicat en aquests clubs tenia una filosofia basada en el moviment *Turnen*, oposat a la competició i a la performance i centrat en el cultiu del cos (força, moviment, resistència, bravesa, etc.) i de l'esperit (educació, companyonia, amor a la pàtria). En aquest sentit, s'oposaven explícitament a l'esmentat esport anglès centrat precisament en la competició, la performance, el màxim rendiment, etc. En realitat, encara actualment existeixen a Alemanya rastres d'aquest antic debat. A títol d'exemple, molts clubs no s'anomenen *Club*, sinó *Verein* o *Turn- und Sportverein*, concepte que no es pot traduir, però que s'associa precisament al moviment *Turnen*; encara no hi ha clubs que integrin ambdues concepcions en la seva denominació. Optar per la paraula club no és un fet casual en aquest país, sinó que és una forma de diferenciar-se d'altres corrents relacionades amb la cultura corporal.

Un altre aspecte important dels clubs alemanys és que neixen al mateix temps que les pràctiques físicoesportives modernes. És un procés simultani i permet que l'estructura del club vagi configurant-se d'acord amb les exigències d'una determinada filosofia esportiva, fins a tal punt que club i esport signifiquen el mateix. Els clubs tenen i segueixen tenint una gran centralitat en el panorama esportiu alemany.

Els orígens i desenvolupament de l'esport a Espanya són diferents. Abans de 1918,

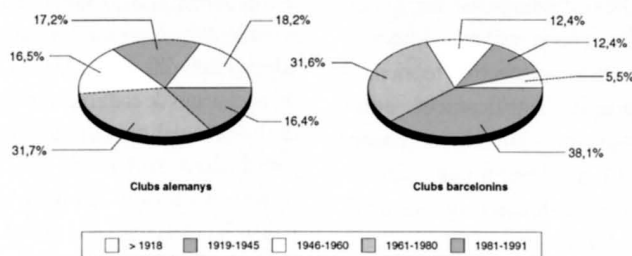
(6) El qüestionari es va traduir a les dues llengües i era emplenat en la llengua que els representants dels clubs sol·licitaven. En els intents inicials d'enquesta per correu alguns qüestionaris van ser retornats sense contestar, perquè, segons les persones que els remetien, no estaven escrits en la llengua que consideraven com a pròpia.



els clubs van ser creats en la seva majoria per membres de la burgesia naixent com un acte d'afirmació enfront els cercles aristocràtics i reflectien mitjançant això una altra manera de concebre, no només l'activitat física, sinó també la societat (Lagardera, 1992: 24). L'esport practicat era, segons el model anglès, precisament un factor de distinció enfront d'altres pràctiques considerades poc modernes. I, per acabar, la pràctica esportiva entre les classes populars era pràcticament nul·la (7).

Una altra dada que crida la nostra atenció quan a la data de fundació dels clubs és la diferència important que s'aprecia en l'últim període; entre 1981 i 1991 es creen el 16,4% dels clubs a Alemanya i el 38,1% dels de la província de Barcelona. Com a primera interpretació, podem fer referència al fet que el desenvolupament alemany es va produir amb anterioritat a l'espanyol i que, durant aquest període, s'havia arribat a un límit en les possibilitats de la societat alemanya per crear nous clubs. En canvi, la incorporació de l'esport als estils de vida dels espanyols succeeix precisament durant aquest període, la qual cosa impulsa no només la creació de nous clubs, sinó el ple desenvolupament del sistema esportiu en el país.

Si analitzem amb més detall la situació de l'esport en cadascun dels àmbits analitzats, apreciem diferències importants en les relacions establertes entre l'administració pública i les organitzacions esportives. A Alemanya, la DSB («Deutsche Sportbund») és l'organisme responsable dels assumptes esportius al país. És de caràcter privat i un dels seus lemes



Gràfica 1. Estructura dels clubs segons any de fundació.

principals és la no ingerència de l'Estat en els temes esportius (8).

Pel contrari, l'article 43.3 de la Constitució espanyola estableix que «correspon als poders públics el foment de l'activitat física i l'esport». En el moment en què va ser promulgada, predominava una representació col·lectiva de la imatge de l'Estat (Harvey & Beamish & Defrance, 1993) segons la qual aquest havia de garantir tot tipus de servei personal (ensenyament, cultura, joventut, sanitat, serveis socials i esport) per al conjunt de la població. Es considerava que l'Estat franquista havia desatès greument aquests serveis. Diferents estudis fets en l'àmbit de l'esport mostren com a partir de les primeres eleccions municipals el 1979, els pressupostos dels ajuntament en matèria de serveis personals augmenten molt. Es constitueixen els serveis d'esports en quasi tots els ajuntaments i, en alguns casos, aquests no només s'ocupen de construir noves instal·lacions, sinó que contracten tècnics, realitzen programes de promoció, etc. A Catalunya, si bé la tendència general és la mateixa, s'adopta des dels inicis un model de gestió cooperatiu o cooperatiu subsidiari (Puig & Heinemann,

1995) que consisteix bàsicament en una distribució de tasques entre els ens públics i les organitzacions esportives privades no lucratives (subvencions a canvi d'organitzar curses populars, programes de promoció, colònies d'estiu...). Tot esperant investigacions que la validin, pot plantejar-se la hipòtesi segons la qual aquesta fórmula cooperativa d'actuació afavoreix la creació de nous clubs i fins i tot reforça els que ja existeixen.

Aleshores, la diferència entre Alemanya i la província de Barcelona no seria únicament una qüestió de moments de desenvolupament diferents, sinó també de diferències fonamentals del context i, en especial, el tipus de relacions entre el sector públic i l'associacionisme esportiu.

Veiem, doncs, com la diferència en les dates de la fundació dels clubs alemanys i barcelonins no és una qüestió d'endarreriment, sinó que posa de manifest funcions molt diferents d'aquests —almenys en els primers temps de la seva existència—, o bé en contextos diferents en els quals es desenvolupen. Per tant, si intentem llegir la realitat que s'amaga darrera de les dades disponibles, podem veure com aquestes són una indicació

(7) Xavier Pujades i Carles Santacana, en alguns dels seus escrits, parlen de massificació de l'esport —principalment a Catalunya— a finals dels anys 20. Creiem que la manera com ells interpreten el concepte «massificació» barreja l'interès per l'esport (en aquest cas, espectacle) amb la seva pràctica. Donen a entendre que per aquestes dates, l'esport era un fenomen familiar, conegut entre totes les capes socials. No creiem, malgrat tot, que parlin de massificació en termes de pràctica esportiva, ja que aquesta, segons les estadístiques disponibles, és molt recent. El 1968, practicava l'esport de manera regular un 12% de la població espanyola (INE, 1968) i el 1991, aquesta xifra havia augmentat un 35% (García Ferrando, 1991).

(8) Aquesta decisió es va prendre a Alemanya després de la Segona guerra mundial amb el desig ferm que l'esport mai més fos utilitzat amb finalitats polítiques; s'aprenia, en aquest sentit, la lliçó històrica extreta del nazisme. Noteu que una decisió semblant i pels mateixos motius es va prendre a Itàlia on, des d'aquest mateix període, l'esport no és un assumpte d'Estat i depèn del CONI (Comitato Olimpico Nazionale Italiano).

d'alguna cosa, però cal anar molt en compte a l'hora d'interpretar-les, ja que es refereixen a dues realitats diferents. Per últim, i en la perspectiva teòrica, el fet de comparar científicament representa conèixer quins són els indicadors rellevants a l'hora d'establir una comparació. La investigació alemanya va ser la culminació d'una sèrie d'experiències prèvies que donaven fiabilitat als que s'havien escollit per confeccionar el qüestionari. Tot i que adaptat, el qüestionari espanyol és una traducció de l'alemany i, a més, inicia una línia d'investigació pionera al nostre país. El coneixement quotidià que tenim dels clubs ens ha fet pensar que les opcions escollides eren les encertades. Malgrat tot, faran falta més estudis —tant quantitatius com qualitatius— per poder afirmar amb tota seguretat que el qüestionari adaptat cobreix tota la realitat dels clubs espanyols.

Els comentaris precedents ens condueixen a una primera conclusió del nostre treball. Es tracta d'un primer assaig, obre les portes per comprendre millor les realitats analitzades. Malgrat tot, fins ara i fins que s'aconsegueixin més recursos per poder seguir endavant amb el projecte, els resultats s'han de prendre a títol hipotètic.

Anàlisi empírica dels clubs esportius a Espanya i a Alemanya

Una idea fonamental de la qual cal partir és que no existeix *el club*, sinó *els clubs*. Ja hem avançat alguna idea pel que fa a això a l'apartat anterior. El món dels clubs esportius es caracteritza per una gran heterogeneïtat.

La tendència actual de l'esport és un procés de diversificació creixent. L'augment del nombre de practicants va lligat a una diversificació d'aquests. Ja no només és cosa d'homes joves principalment com abans, sinó que representa un ampli

ventall en el qual la població femenina i les persones grans tenen una importància considerable. A població variada, a més, es corresponen diferents activitats adaptades a les necessitats de cada qual. Ja no és el temps de l'esport del màxim rendiment absolut, sinó d'aquest, però també el de l'esport a la mesura de cadascú. I tot això, permet plantejar la hipòtesi segons la qual si la població que practica esport s'ha diversificat i les activitats també, l'heterogeneïtat dels clubs esportius no farà altra cosa que augmentar. Pertant, és important que analitzem els clubs des d'aquesta perspectiva, cosa que ens condueix a començar l'anàlisi per la mida d'aquests.

La mida

Simmel (1968), per als grups en general i Heinemann (1990), per a les organitzacions esportives, donen tres arguments teòrics fonamentals per estudiar la mida dels clubs, és a dir, el nombre de membres.

La primera es refereix a les característiques de la seva *estructura interna*. Segons el nombre de membres, aquesta varia ostensiblement i afecta el tipus de relacions socials que s'hi estableixin.

Un club gran requereix un grau de *formalització* molt més gran que un club petit. S'han d'establir unes regles en les formes de funcionament i els temes no es poden resoldre en el marc de discussions informals («face to face»). Hi ha també una *major diferenciació en les funcions dels voluntaris*. Per tal d'un rendiment eficaç, cal una major organització en el sistema de treball. Per últim, el treball en el club ha de ser envestit d'una manera molt més professional, la qual cosa exigeix nivells de competència i de preparació per part de tots els que estan implicats en la seva gestió. És igual que es tracti d'una organització no lucrativa; la mida obliga a un rigor més gran en la gestió.

El segon argument que justifica l'interès de l'estudi de la mida dels clubs és la seva *funció social*. Té relació amb

l'aspecte anterior. En termes generals, un club gran té major grau d'organització, major proximitat a un tipus d'estructura burocratitzada, cosa que dona un aire d'anonimat a les relacions i fa que el tipus d'oferta efectuat es planteja principalment com un servei als membres. Un club petit, pel contrari, permet escapar a l'anonimat, és la recreació del «nostre petit món» («Geselligkeit»), o dit en altres paraules, «Heimat auf Zeit» («pàtria per un temps»).

Per últim, la mida del club també té conseqüències en el seu *potencial econòmicopolític*. Un club petit, no només té menors recursos, sinó que no pot fer referència al nombre de membres per legitimar la seva posició; caldrà buscar altres arguments per aconseguir ajuts i fer sentir la seva veu en el marc de les actuacions de la política esportiva. Un club gran, en canvi, no només té un major potencial econòmic i la possibilitat de comptar amb més persones que treballin benèvolament per a ell, sinó que pot utilitzar el nombre de membres com a argument en negociacions tan de caire polític com financer.

D'acord amb els arguments exposats, escau plantejar la hipòtesi segons la qual *les diferències que podem observar entre Alemanya i la província de Barcelona pel que fa l'estructura de la mida dels clubs revelen funcions i estructures diferents, malgrat les aparences formals segons les quals podrien caure en l'error que l'associacionisme esportiu és igual en ambdós països*.

Per analitzar la mida dels clubs, s'han establert quatre categories de clubs que, d'acord amb l'experiència d'estudis realitzats a Alemanya (9), és la més apropiada per fer emergir fenòmens diferenciadors. Aquestes són les següents: 1) fins a 100 socis; 2) de 101 a 300; 3) de 301 a 1000 i 4) més de 1000. Els aspectes que s'estudien en relació a la mida són els següents: la distribució del nombre de clubs segons

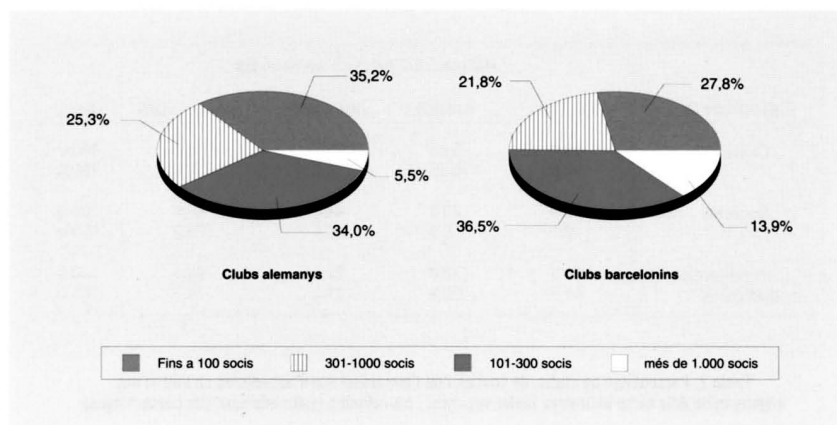
(9) La justificació teòrica d'aquesta tria pot trobar-se, entre d'altres, en Heinemann & Schubert, 1994: 45.



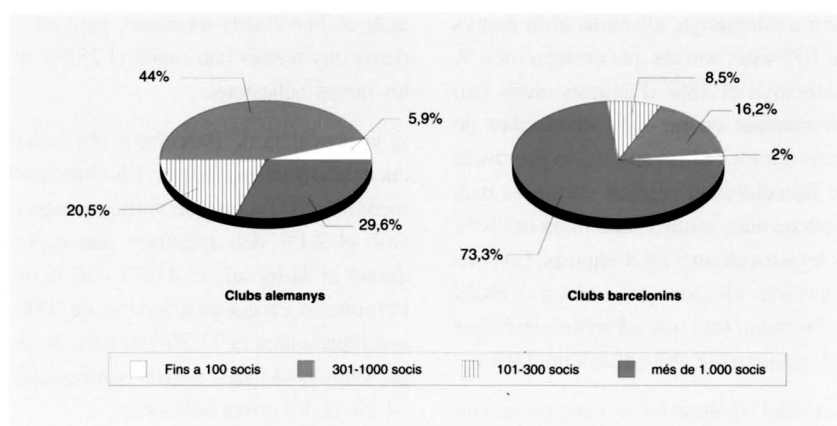
les categories establertes, el nombre de persones associades a cadascuna de les categories i el dinamisme (creixement del nombre de socis) que s'hi observa.

A la gràfica 2, hi figura l'estructura dels clubs segons la seva mida. Mentre que no s'observen diferències fonamentals en les franges que oscil·len entre les 100 i 1000 persones associades, aquestes sí ho són en les altres dues categories establertes. A Alemanya, els clubs amb més de 1000 socis representen el 5,5% del total dels que existeixen, mentre que a la província de Barcelona, la xifra s'eleva al 13,9%. En contraposició al pes específic dels clubs petits a Alemanya és superior (35,2%) al d'aquesta província (27,8%). La importància dels clubs grans a Barcelona s'aguditza quan examinem la gràfica 3 en què s'ha distribuït el nombre total de persones associades segons la mida del club. El 73,3% es concentren en els clubs amb més de 1000 socis i les altres categories queden infrarepresentades sobretot en els clubs més petits que només compten amb el 2% del total de persones associades. A Alemanya, hi ha un repartiment més equilibrat de socis a les quatre categories analitzades.

L'observació important a la qual s'arriba a la llum d'aquestes xifres és que el panorama dels clubs esportius a la província de Barcelona és desequilibrat en favor dels clubs grans. A Alemanya, en canvi, no es pot parlar d'un desequilibri tan accentuat entre unes categories i unes altres. Com ja hem pogut veure amb els arguments exposats a l'inici d'aquest apartat, la diferència en l'estructura dels clubs d'un país i un altre és fonamental. El predomini de clubs grans en el cas espanyol posa de manifest altres característiques en la seva estructura interna, funció social i potencial econòmic i polític. Cal preguntar-se ara pel tipus de club que ofereix un atractiu més gran en el moment actual. Per això, hem escollit com a indicador el nombre de persones que s'han incorporat als clubs en l'últim any. La taula 1 mostra que, tant a Espanya



Gràfica 2. Estructura dels clubs segons mida.



Gràfica 3. Distribució dels socis en les quatre mides.

Tendència del nombre de socis/es	Mida del club (en núm. de socis/es)				Global
	Fins a 100	101-300	301-1.000	més de 1.000	
Fort retrocés (més del 10 %)	8.8 1.5	2.2 5.3	1.0 3.4	2.0 —	4.2 3.1
Retrocés (3-10 %)	11.0 3.0	8.3 9.6	7.8 13.8	5.9 8.1	9.0 8.6
Variació inapreciable (+/-3 %)	37.6 40.3	52.1 46.8	59.4 44.8	66.0 59.5	49.4 46.5
Augment (3-10 %)	24.6 22.4	27.2 19.1	26.7 19.0	22.2 13.5	25.9 19.1
Fort augment (més del 10 %)	18.0 32.8	10.2 19.1	6.1 19.0	3.9 18.9	11.6 22.7
Global	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0

Taula 1. Evolució dels/les soci/es en l'últim any, segons tamany dels clubs alemanys (valor superior) i barcelonins (valor inferior). (En percentatges).

Percentatge de...	Mida del club (en núm. de socis/es)				Global
	fins a 100	101-300	301-1.000	més de 1.000	
... Clubs	35.2	34.0	25.2	5.5	100.0
	27.8	36.5	21.8	13.9	100.0
... Socis/es	5.9	20.5	44.0	29.6	100.0
	2.1	8.6	16.1	73.2	100.0
... Increment de socis/es net	14.3	32.0	27.2	25.5	100.0
	41.8	26.9	17.2	14.1	100.0

Taula 2. Percentatge de clubs, de socis/es i de l'increment net d'aquests/es en l'últim any, segons mida dels clubs alemanys (valor superior) i barcelonins (valor inferior). (En percentatges).

com a Alemanya, els clubs amb menys de 100 socis són els que creixen més. A Alemanya el 18% d'aquests clubs han incrementat en un 10% el nombre de socis durant l'últim any. I a la província de Barcelona, el resultat encara és més espectacular, ja que l'increment del 10% es registra en un 32,8 d'aquests. En contraposició, els clubs grans tenen un escàs creixement, tot i que a Espanya més que a Alemanya (18,9% enfront un 3,9%).

La taula 1, malgrat tot, pot prestar-se a un error interpretatiu, és a dir, per a un club de menys de 100 membres, un augment del 10% significa comptar amb 10 persones més, mentre que el mateix percentatge en un club de més de 1000 socis representa captar -ne 100, la qual cosa és més difícil. Per això, per confirmar la validesa dels resultats observats en aquesta, hem fet la taula 2 en la qual consta el nombre total de membres nous en cada categoria de clubs sense fer diferències respecte el percentatge de creixement o d'endarreriment. Els resultats són una mica diferents, encara que es mantingui el potencial d'atracció dels clubs petits.

A Alemanya, els clubs amb menys de 300 associats compten amb el 26,4% (5,9% + 20,5%) de totes les persones associades als clubs. En l'últim any, han atret el 46,3% (14,3% + 32%) de les noves adhesions. Els clubs grans, per la seva banda, compten

amb el 29,6% dels membres, però en el darrer any només han captat el 25,5% de les noves adhesions.

A la província de Barcelona, el resultat encara és més espectacular. Els clubs amb menys de 100 socis que només compten amb el 2,1% dels membres han captat durant el darrer any el 41,8% dels nous. Pel contrari, els que en tenen més de 1000, que representen el 73,2% del total de les persones associades, només han captat el 14,1% de les noves adhesions.

En els dos casos analitzats, s'obre l'interrogant sobre la possibilitat d'un canvi de tendència en la dinàmica dels clubs, especialment espanyols. Tal i com hem pogut veure amb les dues taules analitzades, pot considerar-se que el dinamisme apreciat als clubs petits pot ser degut a un augment de l'interès de la població per aquests mateixos? Pot considerar-se que compleixen una funció social —de solidaritat, de sentir-se en família, etc.— que els clubs grans, a causa de la complexitat de la seva organització, ja no poden oferir? O potser és que, com que són més petits tenen major capacitat d'adaptació al canvi, d'adaptar-se a les noves tendències de la pràctica esportiva? Les preguntes queden obertes pel moment i és necessari analitzar altres indicadors que permetin, en la mesura que sigui possible, respondre-les.

L'estructura de la població associada

No només és la mida dels clubs, sinó també les característiques de les persones que hi pertanyen és important per conèixer les funcions d'aquests clubs i la capacitat que tenen o no per ser un canal d'incorporació a l'esport de tota la població.

En un club on predominen dones de mitjana edat, es generen unes maneres de fer (cultura organitzadora) i unes ofertes molt diferents a les d'un altre on hi hagi una majoria d'homes joves. I el fet segons el qual un club ha arribat a tenir una composició o una altra va lligat a diferents processos de selecció.

La primera condició per pertànyer a un club és interessar-se per la pràctica esportiva. També practicar, però no sempre un persona associada a un club és esportista, sinó que hi pot haver arribat per motius familiars o socials. En aquest cas, la persona esmentada accedeix al club a través d'un segon tipus de selecció probablement igual o més important que la primera.

El fet de pertànyer a un club requereix també identificar-s'hi, és a dir, a més de pagar una quota, s'ha de sentir simpatia per les persones que el freqüenten, estar d'acord amb els valors que hi predominen i amb les normes de conducta establertes i tenir disponibilitat per participar en les activitats proposades. En qualsevol organització, es genera una cultura organitzadora que pot fer la vida més o menys agradable. Quan l'esmentada organització és el lloc de treball, s'ha d'aprendre a negociar amb la cultura que hi ha; no hi ha cap més opció a menys que es canviï de treball, cosa difícil en els temps en què vivim. En un club esportiu, pel contrari, quan no se sintonitza amb la cultura que hi ha o no s'hi realitza mai una adhesió, es cancel·la l'afiliació en el cas que abans s'hagués fet.

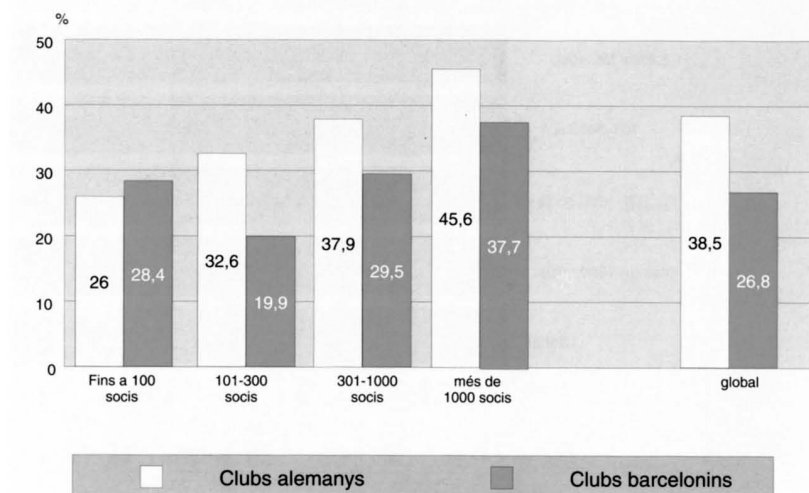


Gràcies a dos dels indicadors que hem escollit per analitzar l'estructura de la població en els clubs —edat i sexe—, s'ha valorat l'homogeneïtat o heterogeneïtat de la seva estructura de població.

En general, els clubs petits tendeixen a ser més homogenis; estan més propers a les seves arrels. És a dir, el constitueixen un grup de persones d'edats semblants i, fins i tot a vegades semblants amb el sexe, per donar lloc a un interès comú. A mesura que el club creix, aquesta homogeneïtat es perd; hi van accedint persones d'un lloc íntim, solidari i s'orienta més cap a l'oferta de serveis. Si aquesta hipòtesi es compleix en els països que estem analitzant, comptarem amb més elements a l'hora d'interpretar les funcions exercides pels clubs en cada un d'aquests.

En relació a l'estructura de la població, també s'ha analitzant la implantació geogràfica dels clubs i el tipus de socis segons siguin actius o passius. Això és important, ja que segons es tracti d'una localitat petita o gran o d'un club d'una considerable proporció de persones actives o no, la seva funció també pot variar.

El primer indicador escollit per estudiar l'estructura de la població és el percentatge de dones afiliades als clubs (gràfica 4). A Alemanya aquestes representen el 38,5% del total de persones afiliades i a la província de Barcelona, el 26,8%. Investigacions fetes a Alemanya mostren que aquesta inferior participació de les dones als clubs no és només un indicador d'una situació a la societat o la seva participació esportiva en general. Com a exemple, en una investigació sobre l'esport en el sector comercial, es va observar que el 70% de les persones demandants de la seva oferta són dones (Dietrich & Heinemann & Schubert, 1990). L'escassa partici-



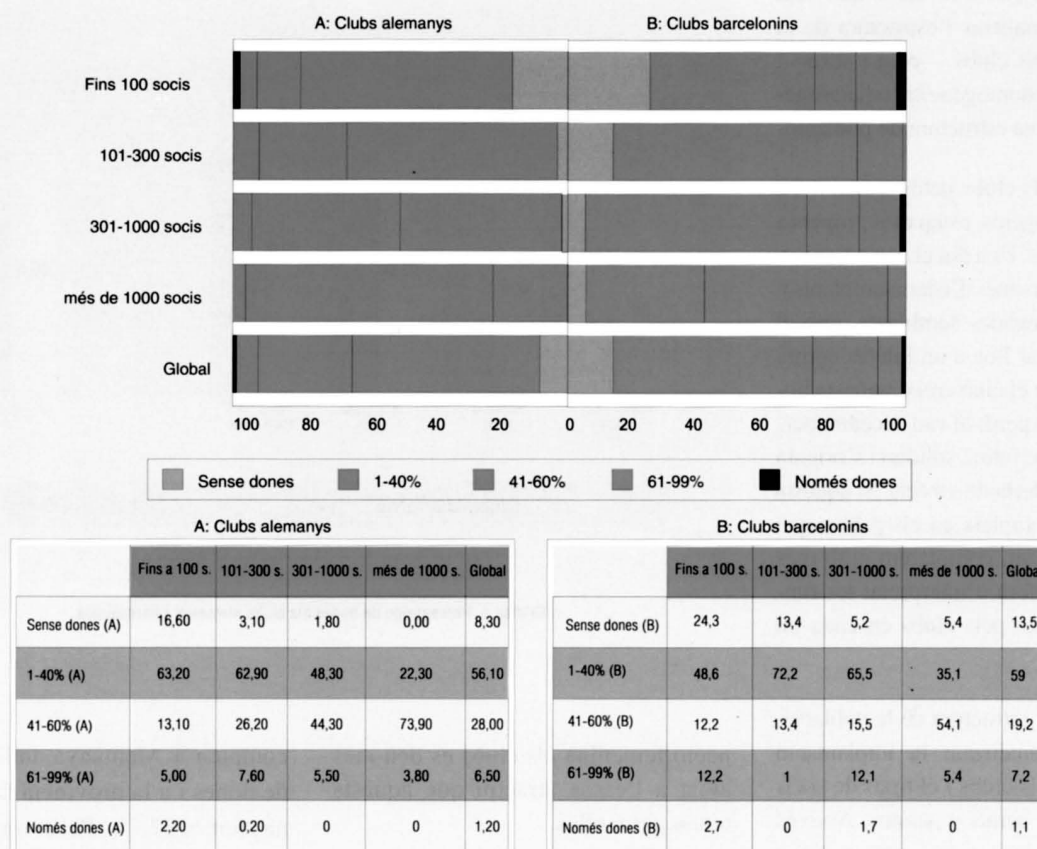
Gràfica 4. Percentatge de dones als clubs alemanys i barcelonins.

pació femenina als clubs es deu més aviat a l'escàs atractiu que aquests tenen per a elles.

L'escàs atractiu pot estar relacionat amb diferents aspectes, entre els quals destaquem el tipus d'esport que s'ofereix (modalitats tradicionals i orientades a la competició) i la cultura organitzadora que hi ha que requereix una certa implicació amb la vida del club, la qual cosa no els pot interessar, ja que moltes d'elles ja tenen el seu nucli d'integració en la família i a més, en el treball (en cas que exerceixin alguna activitat professional remunerada). Suggestim que les dones busquen un tipus d'oferta més orientada a rebre un servei, cosa que només és una de les facetes que configuren la vida d'alguns clubs. Això sembla verificar-se en la mateixa gràfica 4, quan analitzem la presència femenina als clubs segons la mida d'aquests.

Als clubs més grans és on la presència femenina és més important. Els clubs amb més de 1000 persones afiliades

compten a Alemanya amb el 45,6% de dones i a la província de Barcelona, amb el 37,7%. Pel contrari, aquesta presència es redueix en els menors de 100 socis (26% a Alemanya i 28,4% a la província de Barcelona) i els que compten entre 100 i 300 (32,6% a Alemanya i 19,9% a la província de Barcelona). Hi ha major proporció de dones en els grans. A les pàgines anteriors, ja s'ha justificat el fet que a mesura que la mida del club augmenta, es produeix un lliscament des d'una cultura organitzadora orientada a la solidaritat a una altra més de tipus servei. A més, les dades obtingudes a l'enquesta alemanya també permeten caracteritzar altres aspectes de la cultura organitzadora que van en el mateix sentit. Els clubs petits estan més orientats a modalitats esportives tradicionals competitives. Estudis realitzats en ambdós països sobre la pràctica esportiva femenina posen de manifest l'abast limitat



Gràfica 5. Distribució dels clubs segona la seva mida i percentatge de dones.

d'aquest model esportiu entre la majoria de la població femenina.

Un indicador complementari de l'anterior i que, a més, permet mostrar diferències entre Alemanya i Espanya és el que figura a la gràfica 5, en la qual s'analitza la distribució dels clubs segons mides i percentatge de dones segons cada un d'ells.

Es manté la tendència que la presència femenina és escassa en els clubs petits. A Alemanya, hi ha un 19,7% de clubs amb menys de 300 socis que no tenen dones i a la província de Barcelona, la dada és encara major, atès que la xifra ascendeix a un 37,7%. I el que és interessant a l'hora de posar en relleu diferències entre

països, és que a Alemanya hi ha un 73,9% dels clubs amb més de 1000 socis que compten entre un 41% i un 60% de dones, mentre que a la província de Barcelona, la xifra descendeix en un 54,1%. Tot i que els clubs grans siguin en aquesta província més atractius que els petits per a les dones, en conjunt, el món dels clubs és menys atractiu per a les dones barcelonines que per a les alemanyes.

A Espanya, el grau de participació a les associacions o clubs esportius només assoleix el 35% del total de la població que practica l'esport. El 50% d'aquestes persones està en possessió d'una llicència federativa (García Ferrando, 1994;41). Aquesta

última dada es complementa amb les que hem ofert, en el sentit que el món dels clubs espanyols està molt orientat cap a l'esport tradicional que, tal i com hem comentat, no resulta atractiu per a un nombre molt elevat de dones; hauria d'afegir-se potser que no resulta atractiu per a quasi dos terços de la població que practica esport, ja siguin homes o dones.

El segon indicador escollit per analitzar l'estructura de la població dels clubs és el de la seva edat. A la gràfica 6, s'ha comparat l'estructura d'edats de la població amb la dels clubs per a ambdós països. Les franges d'edat establertes són les següents: nens/es de 0 a 6 anys; joves de 6 a 18 anys;

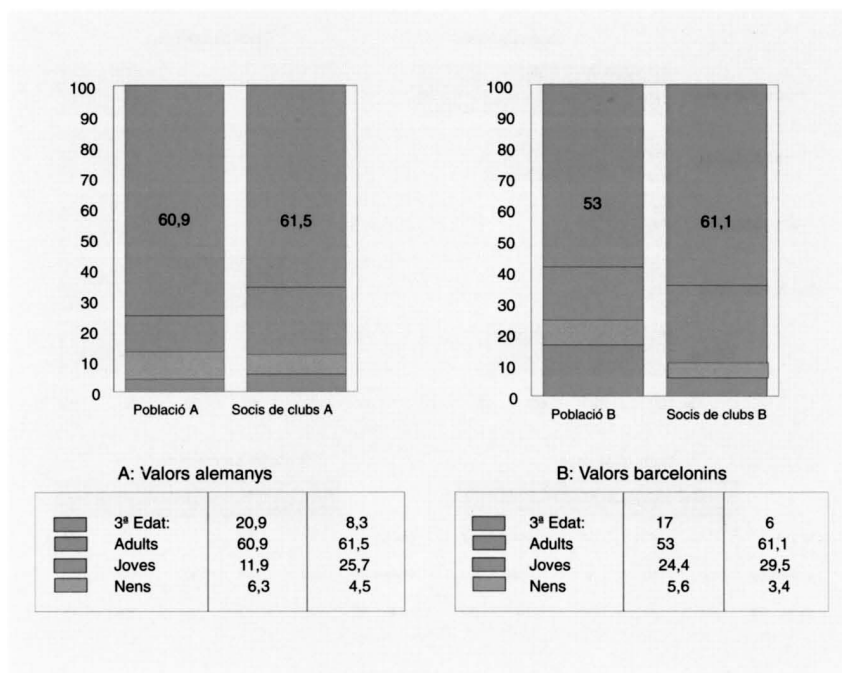


adults de 18 a 60 i tercera edat de 60 en endavant.

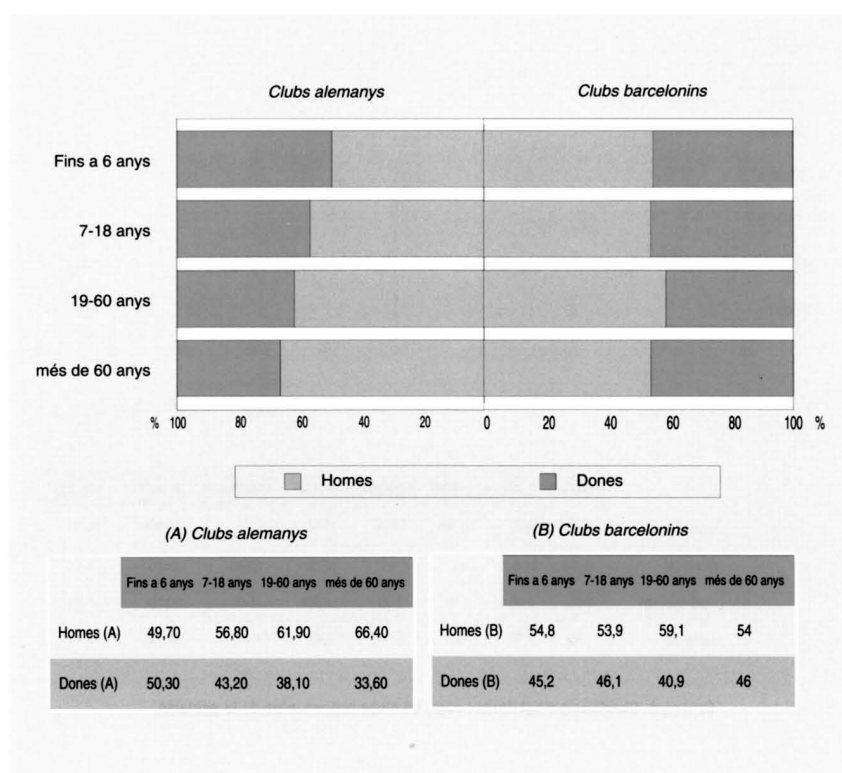
A Alemanya, els clubs atrauen principalment els joves. Aquests són el 11,9% de la població alemanya i als clubs aquesta proporció s'eleva a un 25,7%. No passa el mateix a la província de Barcelona on la proporció de joves als clubs (29,5%) està molt pròxima a la de la població en general (24,4%). Pel contrari, el grup d'edat la proporció del qual és superior als clubs és el dels adults: 53% a la població i 61,1% als clubs.

Les dades per a Barcelona confirmen les aportades per García Ferrando en el seu estudi sobre la pràctica esportiva de la joventut espanyola efectuat el 1993. Un dels aspectes més rellevants és l'escàs interès dels joves per l'associacionisme. Tot i que en aquesta investigació el criteri «jove» s'enquadri en una altra franja d'edat (15-29 anys), les dades poden prendre's a títol orientador. El 20% dels joves que practiquen esport ho fan en el marc d'una associació, mentre que el 62% del mateix col·lectiu mai ha pertangut a cap d'elles. A més, el 69% dels joves d'entre 15 i 29 anys diuen que no és necessari pertànyer a cap associació per fer esport. En realitat, només s'associen aquells per als quals l'associació té un sentit que és el de l'organització de competicions en la majoria de casos. I només un 22% dels joves que practiquen esport a Espanya ho fan participant en lligues nacionals o regionals. Així doncs, tot sembla indicar que els clubs esportius de la província de Barcelona no només no són atractius per a les dones, sinó que tampoc ho són per a una elevada proporció de gent jove.

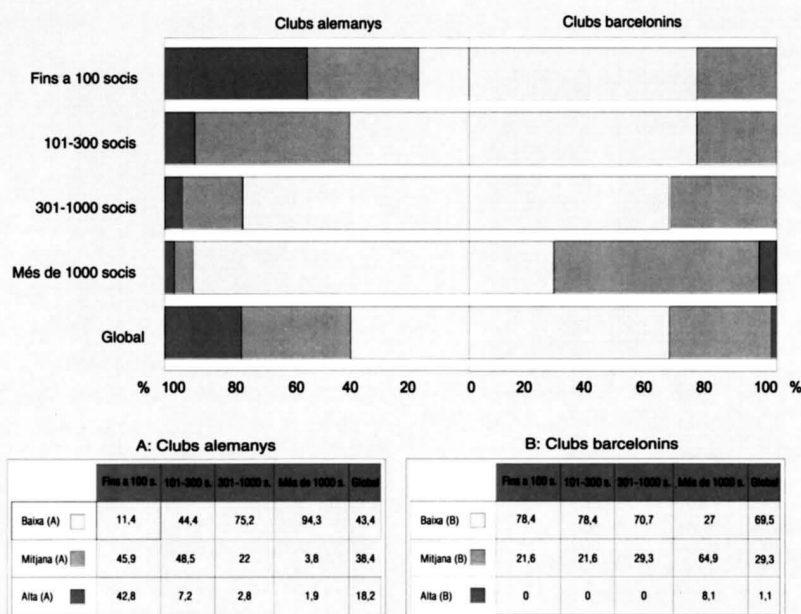
Aquest caràcter selectiu —en raó de l'edat i el sexe— dels clubs barcelonins queda confirmat a les gràfiques 7



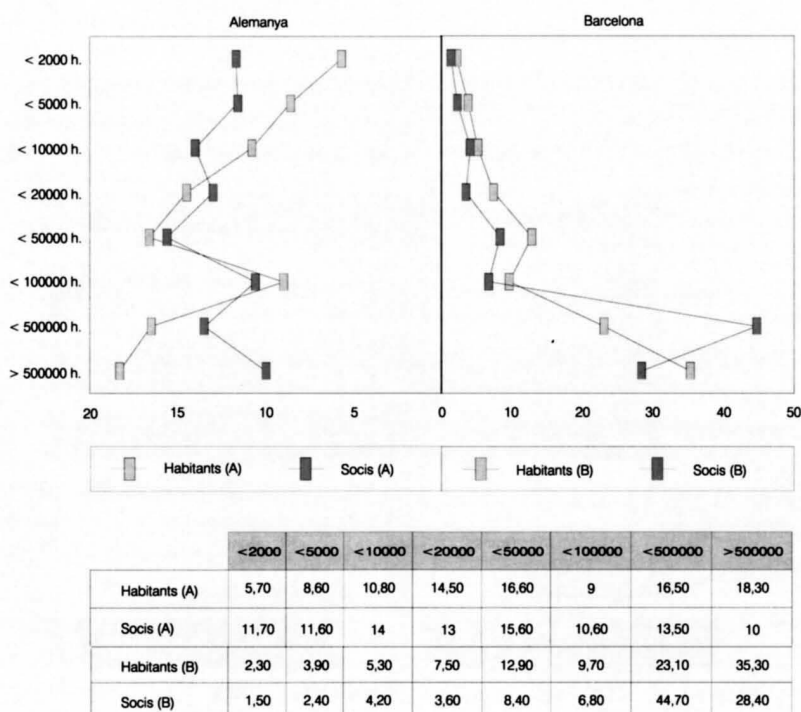
Gràfica 6. Estructura d'edat de la població i dels clubs en Alemanya i Barcelona.



Gràfica 7. Distribució dels grups d'edat als clubs segons sexe.



Gràfica 8. Grau d'homogeneïtat als clubs.



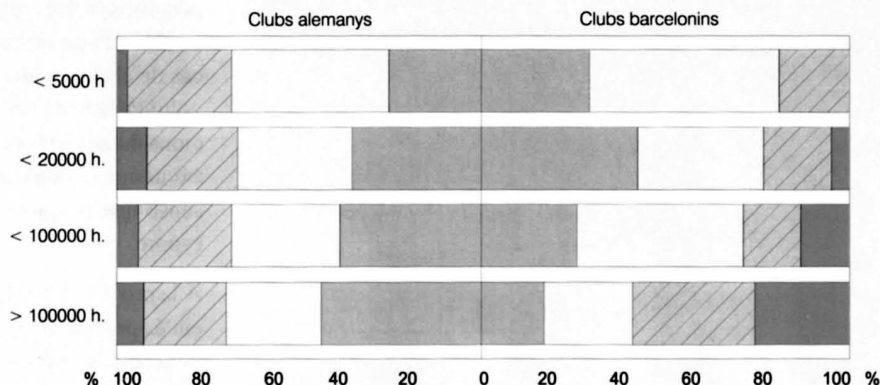
Gràfica 9. Distribució d'habitants i socis de clubs segons mida de la població.

i 8. La primera mostra la distribució dels grups d'edat segons el sexe en els dos casos que es comparen. Encara que sempre s'aprecia major presència masculina, és important observar un canvi de tendència per al cas alemany. Això és, si a partir dels 18 anys les diferències entre ambdós sexes són grans, per sota d'aquesta edat hi ha una tendència a la igualació, especialment per sota dels 6 anys quan les nenes (50,3%) superen els nens (49,7%). Davant d'aquesta dada, es pot pressuposar que s'està produint un canvi de tendència i que, en el futur, els clubs alemanys seran més oberts a la socialització femenina. No s'observa el mateix a la província de Barcelona on per a tots els grups d'edat es manté una diferència important entre homes i dones en favor dels primers.

La gràfica 8 continua aquesta tendència. En aquesta, hi figura el grau d'homogeneïtat dels clubs construït a partir de les variables edat i sexe (10). Un club amb un alt grau d'homogeneïtat té un tipus de població uniforme, cosa que el fa més restrictiu. Per adherir-s'hi, cal simpatitzar amb els seus components i un requisit important per això és sintonitzar amb el seu sistema de valors. Quant més homogenis siguin aquests valors, menys possibilitats hi ha de convèncer un públic ampli.

D'entrada, la gràfica confon perquè els clubs alemanys tenen un grau d'homogeneïtat alta i mitjana superior als espanyols (18,2 i 38,4 i 1,1 i 29,3 respectivament). Això sembla contradictori amb el fet que els clubs alemanys són més atractius per a les dones i gent jove perquè els fa més oberts. El que passa és que cada club alemany és més homogeni, però, en el seu conjunt, el sis-

(10) Per al detall metodològic de la construcció d'aquest indicador vegeu Heinemann & Schubert, 1994: 139.



A: Clubs alemanys

		<5000 h.	<20000 h.	<100000 h.	>100000 h.
Fins a 100 s. (A)	■	25,9	33,3	36,8	46,2
101-300 s. (A)	□	43,6	34	32,6	24,2
301-1000 s. (A)	■	28,6	25,3	24,5	22,5
Més de 1000 s. (A)	■	1,8	7,3	6,1	7,2

B: Clubs barcelonins

		<5000 h.	<20000 h.	<100000 h.	>100000 h.
Fins a 100 s. (B)	■	33,3	44,6	27,8	15,7
101-300 s. (B)	□	48,7	35,4	44,4	28,7
301-1000 s. (B)	■	17,9	16,9	14,8	29,6
Més de 1000 s. (B)	■	0	3,1	13	25,9

Gràfica 10. Distribució dels clubs segons la seva mida i el de la població.

tema de clubs és més obert, és a dir, hi ha tipus més diferenciats de clubs, cosa que permet que s'adaptin a interessos i motivacions més variats. A Espanya, pel contrari, el sistema de clubs és més selectiu (d'aquí que hi hagi una proporció inferior de dones i gent jove), però cada club —si la seva oferta concreta no representa un obstacle— és més obert, més heterogeni. Aquestes diferències tenen a veure amb les funcions exercides pels clubs en un país i en un altre. En el propers apartats, s'ofereixen més dades per anar-les caracteritzant.

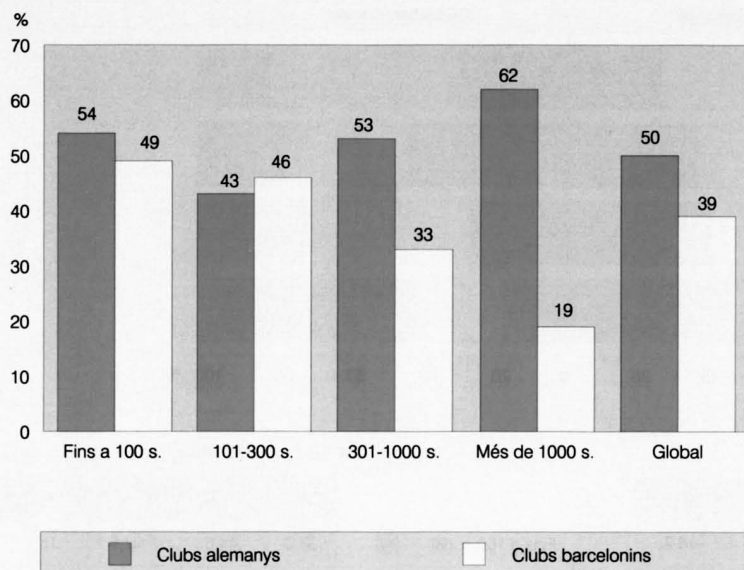
Per últim, tal i com hem apuntat, és important ara veure la implantació geogràfica dels clubs. Per això, hem fet dues gràfiques, la primera de les quals recull la distribució dels habitants i dels socis de club segons la mida de la població (gràfica 9).

Hi ha diferències fonamentals en els dos casos que comparem. A Alemanya, els clubs són un fenomen de petites aglomeracions. Així, per exemple, els menors de 2000 habitants compten amb el 5,7% de la població i, en canvi, l'11,7% del total de persones són associades a clubs. Si agrupem les dades per poblacions de menys de 50.000 habitants, resulta que agrupen el 56,2% de la població alemanya i el 65,9% dels socis de clubs. En canvi, a les grans ciutats, es concentra el 18,3% de la població i només el 10% són persones afiliades als clubs.

A la província de Barcelona, els resultats són molt diferents excepte en el cas de les grans ciutats on la situació és semblant a Alemanya. La major proporció de socis es concentra a les poblacions d'entre 100.000 i 500.000 habitants (44,7%) que, d'al-

tra banda compten amb el 23,1% de la població. Si observem les dades recollides, els clubs no són un fenomen tan arrelat a les poblacions petites com en el cas de l'alemany. Així, la població resident a localitats menors de 50.000 habitants és el 31,9% del total i el nombre de persones afiliades a clubs és del 20,1%. A Alemanya, els clubs tenen en aquestes petites poblacions funcions que surten de l'àmbit esportiu: són centres de cultura, de lleure, lloc de trobada de la localitat, etc. No sembla que a Barcelona tinguin aquesta funció, almenys amb les mateixes proporcions que a Alemanya.

La segona gràfica elaborada és la que distribueix els clubs segons la seva mida i el de la població (gràfica 10). Els resultats més rellevants per al cas alemany són que els clubs petits predomi-



Gràfica 11. Percentatge de socis actius als clubs alemanys i barcelonins.

nen a les ciutats grans (46,2%) i els mitjans-petits (se'ls anomena els clubs típics del poble «tipische Ort-vereine») a les poblacions inferiors a 5000 habitants (43,6%). Els arguments interpretatius que s'ofereixen són que el club petit permet sortir de l'anomiat a les ciutats grans i el mitjà-petit ofereix una oferta esportiva més àmplia allí on el sector comercial no troba condicions objectives favorables d'implantació, és a dir, les petites localitats. A la província de Barcelona, els resultats són diferents.

Els clubs amb més de 300 socis —que qualifiquem de grans i mitjans-grans— són a les ciutats de més de 100.000 habitants (29,6% + 25,9%), els petits a les poblacions d'entre 5000 i 20.000 habitants (44,6%) i els mitjans-petits a les de menys de 100.000 (44,4%) i en les de menys de 5000 (48,7%). Aquesta última dada és l'única que coincideix amb Alemanya. Cal preguntar-se si a la pro-

víncia de Barcelona els clubs grans compleixen funcions diferents del cas alemany. Per això, la gràfica 11 on figura el percentatge de socis actius als clubs de cada un dels àmbits analitzats pot donar alguna resposta.

Es considera soci actiu aquell que fa esport en el marc del club almenys un cop a la setmana. Els socis passius són aquelles persones que no compleixen amb aquest requisit, però que segueixen estant afiliades al club per altres motius d'entre els quals destaca el seu paper socialitzador.

En conjunt és important destacar que ser membre d'un club no implica necessàriament practicar-hi esport regular. Així a Alemanya només hi ha un 50% dels socis actius i, malgrat tot, a la província de Barcelona, un 39%. Aquesta proporció, tot i així, varia segons la mida del club. A Alemanya, el percentatge de socis actius augmenta als clubs grans. Això reafirma el paper

socialitzador dels clubs petits on les persones troben alguna cosa més que un lloc per practicar esport. Es dona el cas de clubs en què hi ha persones que voluntàriament hi assumeixen funcions de gestió (organització de festes, excursions, activitats culturals, etc.) sense que per això hagin de practicar esport.

A la província de Barcelona, la tendència és pràcticament la contrària, ja que és als clubs grans on hi ha menor nombre de socis actius (19%). Aquesta nova dada confirma la idea que ha anat apareixent fins ara segons la qual els clubs d'Alemanya i els de la província de Barcelona no només tenen estructures diferents, sinó que aquestes responen a funcions socials diferents. L'anàlisi de les ofertes realitzades per aquests clubs ajuda a avançar en aquest sentit.

Les ofertes

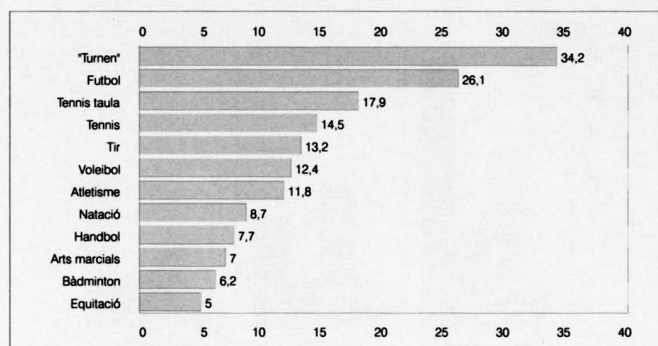
A Alemanya el conjunt dels seus clubs ofereix activitats en 240 modalitats esportives. Malgrat tot, només dotze superen el 5% de l'oferta existent (gràfica 12a); el potencial d'oferta dels clubs per a les altres activitats és molt reduït. A la província de Barcelona succeeix el mateix, perquè també només dotze modalitats esportives són ofertes per més del 5% dels clubs (gràfica 12b).

Una observació important en relació a les dotze ofertes principals dels clubs alemanys és que la meitat d'elles no són exclusives d'aquests, sinó que també formen part de l'oferta típicament comercial. D'una banda, la dada posa de manifest la capacitat dels clubs per adaptar-se a les evolucions de la demanda, però d'altra banda, les situa en competència amb el sector comercial. A Alemanya la qüestió està plantejant seriosos problemes de legitimació del paper

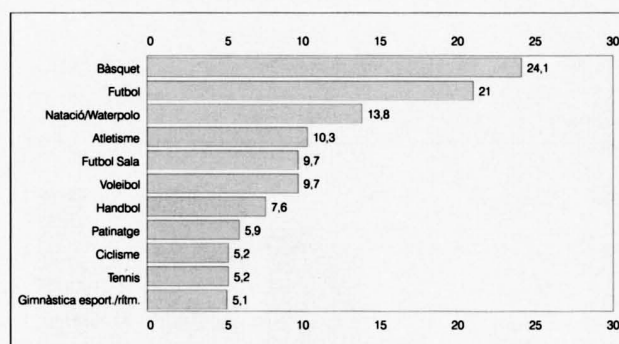


dels clubs, atès que aquests reben subvencions i gaudeixen d'avantatges fiscals que els permeten fer una oferta més econòmica que les empreses comercials, les quals no reben cap tipus d'ajut (11). De totes maneres i malgrat el debat que aquesta evolució suscita, el cert és que si analitzem les ofertes dels clubs alemanys, es pot observar una tendència mitjançant la qual s'adapten a noves tendències de la demanda, la qual és una legitimitat positiva de cara a la funció social que desenvolupen. A la província de Barcelona, els clubs fan una oferta més tradicional, menys adaptada al conjunt de la demanda actual. Si es compara la llista dels esports més practicats a Catalunya durant l'any 90 (Secretaria general de l'esport, 1995:22) amb la dels esports oferts pels clubs, es pot veure que aquesta última es correspon amb esports més antics i que no són, precisament, els més practicats en l'actualitat (taula 3) (12). Es podria dir que els esports més assimilables als oferts en el sector comercial són el tennis i l'àmplia gamma d'activitats que s'engloba sota l'apartat de gimnàstica (manteniment, aeròbic, fitness...). Es tracta precisament dels dos últims de la llista de dotze. La resta d'esports són esports que entren en la categoria de tradicionals perquè són els més antics i els més orientats en la seva filosofia performance. La gràfica 12b confirma, per tant, el caràcter selectiu de l'oferta feta pels clubs a la província de Barcelona.

Ara bé, pot considerar-se que, encara que es tracti de situacions dife-



Gràfica 12a. Modalitats esportives més rellevants (clubs alemanys) (% respecte del total de clubs).



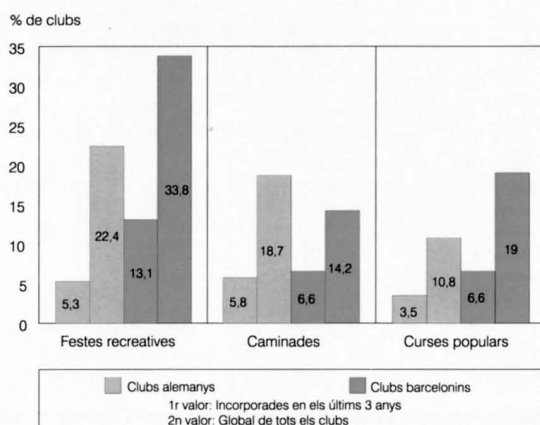
Gràfica 12b. Modalitats esportives més rellevants (clubs barcelonins) (% respecte del total de clubs).

Pràctica de la població		Oferta dels clubs	
Natació	23,5	Bàsquet	24,1
Caminar	21,0	Futbol	21,0
Billar	16,3	Natació/Waterpolo	13,8
Gim. de manteniment	12,7	Atletisme	10,3
Bàsquet	10,7	Futbol sala	9,7
Tennis	10,5	Voleibol	9,7
Excursionisme	10,4	Handbol	7,6
Esquí	8,8	Patinatge	5,9
Jogging	8,6	Ciclisme	5,2
Ciclisme recreatiu	8,4	Tennis	5,2
Futbol	8,2	Gim. esportiva/rítmica	5,1

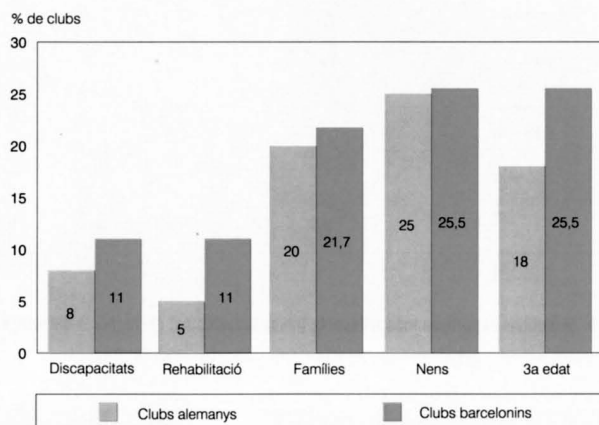
Taula 3. Esports més practicats a Catalunya i esports oferts per les associacions esportives (%).

(11) A Espanya, els clubs esportius no poden rebre donacions amb la mateixa finalitat que els alemanys. La Llei d'associacions voluntàries a Espanya és de l'any 1964 i no és tan avantatjosa per als clubs com l'alemanya. A més, la nova Llei de fundacions i incentius fiscals tampoc ajuda. Per tal que una donació a una associació voluntària desgravi, cal que abans aquesta sigui declarada d'utilitat pública. Això és molt difícil i requereix d'uns complicats tràmits administratius que obstaculitzen l'èxit de moltes iniciatives, per la qual cosa poques són les associacions esportives que hagin tingut èxit en els seus intents.

(12) La comparació s'ha de prendre a títol orientador, ja que no tenim la llista d'esports més practicats a la província de Barcelona.



Gràfica 13. Activitats esportives addicionals ofertes pels clubs alemanys y barcelonins.



Gràfica 14. Ofertes dirigides a grups concrets.

els de la província de Barcelona estan perdent legitimitat? En què es diferencien del sector comercial per al cas alemany? Tenen altres particularitats referides a l'oferta que facin pensar en tendències de canvi en el cas de Barcelona? La resposta pot trobar-se quan analitzem les tres ofertes efectuades per aquests. A la gràfica 13 figuren les ofertes esportives addicionals efectuades pels clubs i aquesta indica a més el seu

percentatge que han estat incorporades en els últims tres anys.

A Alemanya, però sobretot a la província de Barcelona, l'activitat esportiva addicional més comuna són les festes d'esport recreatiu (en alemany, «Spiel Sport Feste»). La dada que crida més l'atenció és el «boom» d'aquestes festes a Barcelona des de fa tres anys i aquesta ha permès superar l'oferta alemanya d'una manera molt notòria. Els esforços divulga-

dors de les institucions i persones interessades en l'esport per a tothom semblen haver donar els seus fruits.

Així mateix, aquest interès per ampliar el perfil de les persones que practiquen esport queda reflectit a la gràfica 14 on figuren les ofertes dirigides a grups específics.

Proporcionalment, els clubs de la província de Barcelona fan més oferta a aquests grups que els alemanys, en especial la dirigida a la població infantil i a la tercera edat.

Per últim, l'especificitat dels clubs enfront a l'oferta comercial també pot ser valorada a partir de les ofertes no esportives que fan (gràfica 15). Les festes especials són la principal activitat, tant a Alemanya com a Barcelona (77,4% i 60,3% respectivament), però una elevada proporció de clubs també ofereixen altres tipus d'activitat social (menjar després del partit, jocs de saló, etc.) i excursions. La proporció de clubs que ofereixen activitats culturals és petita en ambdós països.

Així doncs, tot i que de manera diferent, l'anàlisi de l'oferta feta pels clubs permet veure que, encara que selectius de partida, en els darrers temps d'observen (més a Alemanya que a Espanya) indicis de canvi que fan pensar en una reacció del sector associatiu voluntari per adaptar-se a les noves demandes de l'esport actual i mantenir així un espai ben definit en el món de les organitzacions esportives.

Els recursos econòmics

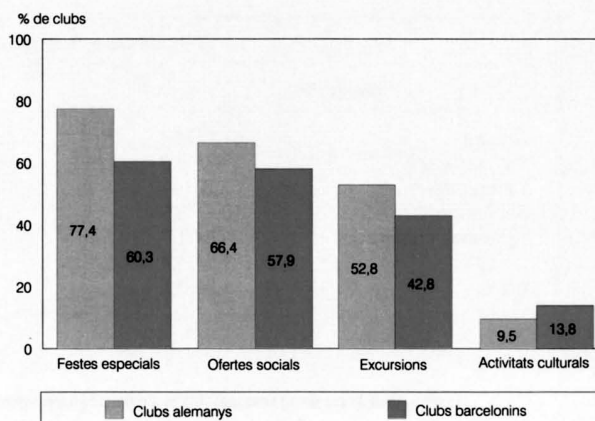
L'anàlisi dels recursos serveix per acabar de perfilar la situació dels clubs, així com els anteriors indicadors són reveladors d'aquesta.



En efecte, les diferències que s'han anat perfilant enter Alemanya i la província de Barcelona acaben per fer-se evidents en aquest apartat. Recordem que: 1) en síntesi, a Alemanya predominen els clubs petits (menys de 100 persones associades) o els grans (més de 1000), mentre que a la província de Barcelona, els clubs grans tenen major importància; 2) el grau d'homogeneïtat dels clubs alemanys és inferior al dels de Barcelona on els clubs són més homogenis en favor d'una elevada representació masculina i amb la majoria d'entre 18 i 60 anys; i 3) l'oferta d'activitats esportives als clubs alemanys tenen algunes semblances amb la que es realitza en el sector comercial, mentre que a Barcelona és de tipus més tradicional amb menors interferències amb l'esmentat sector. Els clubs de Barcelona es dirigeixen a un públic més restringit i, atès que predominen els clubs grans, podem suposar —si partim de teories que hi ha al respecte— que estan més orientats a sonar un servei que a ser llocs de sociabilitat. L'anàlisi dels recursos econòmics confirma aquesta tendència.

A la taula 4, hi figuren els ingressos i despeses atribuïbles a cada soci dels clubs alemanys i de la província de Barcelona desagregats en diferents conceptes. A tots els apartats, els diners que s'atribueixen a cada persona, tant si són ingressos com despeses, és superior a Barcelona. És a dir, els clubs de la província de Barcelona estan més «monetaritzats», depenen més dels diners que els d'Alemanya. Això, malgrat tot no ha de portar a aquestes interpretacions errònies:

- no necessàriament són més rics en termes econòmics, perquè si bé els



Gràfica 15. Ofertes addicionals no esportives dels clubs.

Ptes. anuals per membre			
Ingressos		Despeses	
Quotes		Administració	
Total socis	7.055,— / 9.442,—	Total socis	1.190,— / 861,—
Socis actius	17.425,— / 20.546,—	Socis actius	3.315,— / 7.323,—
Patrocinadors		Esportius	
Total socis	— / 2.872,—	Total socis	9.010,— / 13.465,—
Socis actius	— / 12.277,—	Socis actius	22.185,— / 36.322,—
Donacions		Taxes	
Total socis	1.615,— / —	Total socis	1.995,— / 2.556,—
Socis actius	4.080,— / —	Socis actius	5.015,— / 6.830,—
Subvencions		Despeses de capital	
Total socis	1.785,— / 2.872,—	Total socis	1.530,— / 374,—
Socis actius	4.165,— / 5.051,—	Socis actius	4.080,— / 954,—
Ingressos comercials			
Total socis	6.035,— / 7.387,—		
Socis actius	16.235,— / 17.248,—		

Taula 4. Pressupost del club atribuït a cada membre (clubs alemanys i barcelonins) (en ptes. anuals per membre).

ingressos per persona són majors, també ho són les despeses.

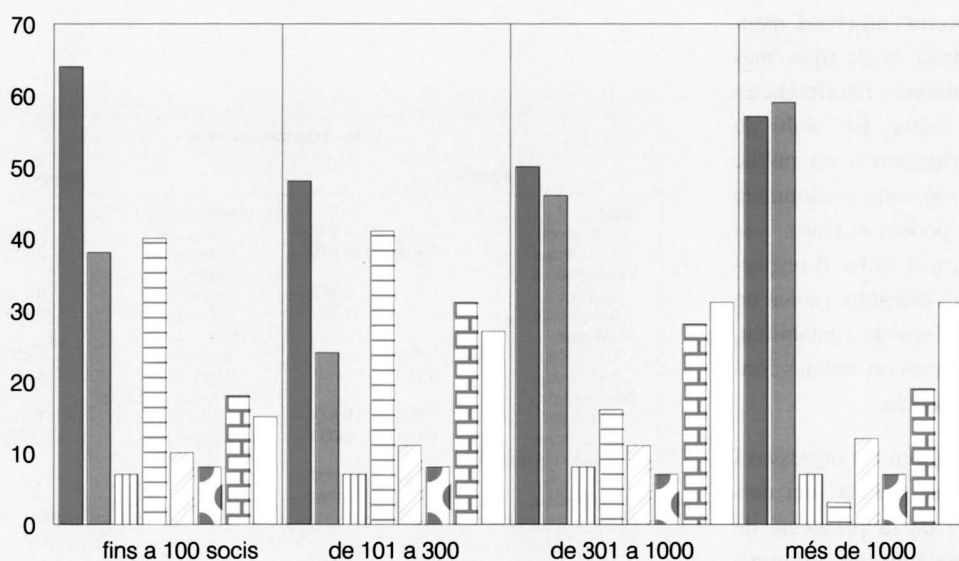
- tampoc han de ser més rics en termes de recursos, perquè una economia de les organitzacions esportives voluntàries ha d'incloure di-

ners i temps (Heinemann, 1992; 1995a; 1995b). En el càlcul dels recursos és imprescindible calcular el valor en diners del temps dels voluntaris. Només així es pot saber el volum real dels recursos d'un club (13).

(13) Per motius aliens a la nostra voluntat, en el moment de publicar el present article encara no estem en condicions d'oferir l'anàlisi del personal —voluntari o professional— dels clubs a la província de Barcelona.

% respecte el total del pressupost			
Ingressos		Despeses	
Quotes	57,4/44,1	Administració	7,2/ 4,5
Patrocinadors	—/ 9,8	Esportius	57,5/68,2
Donacions	7,3/ —	Taxes	18,1/16,2
Subvencions	10,7/ 6,5	Despeses de capital	7,0/ 1,1
Ingressos comercials	24,8/31,7	Altres	2,3/ 4,3
Crèdits	1,0/ 4,4		
Altres	1,5/ 3,5		

Taula 5. Distribució del pressupost (Clubs alemanys i barcelonins) (en % respecte al total del pressupost).



	fins a 100 socis	de 101 a 300	de 301 a 1000	mes de 1000
Quotes: Alemanya (A)	64	48	50	57
Quotes: Barcelona (B)	38	24	46	59
Donacions: A	7	7	8	7
Patrocinadors: B	40	41	16	3
Subvencions: A	10	11	11	12
Subvencions: B	8	8	7	7
Ingressos comercials: A	18	31	28	19
Ingressos comercials: B	15	27	31	31

Gràfica 16. Distribució dels ingressos segons la mida del club.



D'una altra banda, la distribució dels ingressos i despeses és també molt diferent (taula 5). El principal recurs econòmic dels clubs alemanys són les quotes dels membres (57,4%) que superen àmpliament qualsevol altra forma d'ingressos. A Barcelona, les quotes representen com a mitjana un 44,1% dels ingressos dels clubs, xifra que es troba molt propera a la suma d'«espònsors / subvencions / ingressos comercial», la qual puja un 48% contra un 35,5% del cas alemany (14). Segons Heinemann i Horch (1991), aquesta dependència del club d'agents externs l'obliga a sotmetre's a les exigències d'aquests. En el cas de la província de Barcelona, un club no pot funcionar segons criteris interns, però ha d'adaptar-se als que li vinguin imposats pels agents que contribueixen en una mitjana del 48% al seu pressupost anual. A la gràfica 16, on es fa l'anàlisi desagregada segons la mida del club, aquest fenomen es percep amb claredat.

A Alemanya, la suma de les quotes dels membres més les donacions —que, segons el que hem explicat fins ara, representa que el club es finança a si mateix sense cap intervenció de tercers— supera en tots els casos el 50% dels ingressos. A la província de Barcelona, això només passa en el cas dels clubs amb més de 1000 associats i ja veurem com aquesta dada ha d'interpretar-se d'una manera diferent al cas alemany. En conjunt, els clubs de Barcelona són molt més dependents dels espònsors, les subvencions i dels ingressos que procedeixen de les activitats comercials que generen; el pes

d'uns o altres varia segons la mida del club.

Els clubs petits (fins a 100 membres i de 101 a 300) depenen més dels espònsors que de les activitats comercials. A partir de 300 socis, l'esponsorització disminueix i el pes de les activitats comercials assoleix els valors màxims (31%). Els esmentats ingressos es combinen en el cas dels clubs grans amb un 59% dels ingressos que provenen de les quotes dels associats. Aquestes dades mereixen dues consideracions d'interès.

- Els clubs petits són extremadament dependents de tercers parts i, en especial, els que tenen entre 101 i 300 socis, ja que la suma d'espònsors i activitats comercials assoleix el 68% dels ingressos. Si aquests clubs s'orienten a la preparació d'equips que participen en competicions —tal i com sembla deduir-se de totes les dades exposades en els apartats anteriors— estan totalment sotmesos a l'èxit d'aquests, ja que si no, els espònsors retiren els seus ajuts i les activitats comercials generades al voltant de l'èxit dels equips es redueixen. D'aquesta manera, el club té com a servitud mantenir i millorar els seus nivells de performance sense parar. Legítima la seva existència pel rendiment dels seus equips i això és el que permet generar els ingressos necessaris per a la preparació d'aquests, els quals superen àmpliament els diners generats mitjançant les quotes de les persones associades.

- Els clubs grans tenen menys espònsors i una major proporció d'ingressos derivats d'activitats comercials i ingressos per quotes de persones associades. El 31% d'ingressos per activitats comercials també és indicador de dependència de tercers. En aquest cas, malgrat tot, el tipus de servei ofert no és probablement tant el de la preparació per a la competició com el de l'organització d'activitats que atreguin persones. Aquestes persones s'adhereixen al club pel servei que dona. En realitat, és probable que es tracti més de persones «abonades» que «associades» (15); d'aquí la suma tan elevada d'ingressos per quotes.

Com a resum de l'apartat destinat a l'anàlisi dels recursos econòmics dels clubs, observem que els alemanys són més autosuficients que els de la província de Barcelona. En ella, els clubs depenen més d'agents externs, com ara les subvencions d'institucions públiques, però sobretot els espònsors i les activitats comercials es veuen obligats a generar per poder mantenir les opcions organitzadores efectuades, com ara el rendiment dels equips per als clubs petits i mitjans-petits i el servei d'«abonats» per als mitjans-grans i grans.

Aquest resultat, juntament amb els que hem anat obtenint quan analitzàvem altres aspectes relatius a l'estructura dels clubs, ens ha permès efectuar una valoració sobre les diferències entre els clubs alemanys i els de la província de Barcelona així com el sentit d'aquestes.

(14) Per al cas alemany, no es consideren les donacions com a provinents d'agents externs, ja que procedeixen majoritàriament dels propis associats. A Alemanya, la Llei d'associacions voluntàries afavoreix les donacions a aquestes, ja que serveixen per reduir impostos. El costum de fer donacions als clubs esportius està molt estesa.

(15) De fet, ja hi ha clubs grans coneguts pel tipus de servei que ofereixen que distingeixen entre persones «abonades» i persones «associades».

Conclusions: club esportiu, globalització, arranjaments institucionals i societat

Al segon apartat d'aquest article justificàvem l'interès d'un estudi comparatiu sobre clubs esportius a Alemanya i a Espanya per diferents preguntes d'interès sociològic, pràctic i de futur. Després de les anàlisis de les dades que hem efectuat, donarem una resposta a cadascuna de les preguntes formulades.

La primera d'elles es referia al debat sobre el procés de globalització. En concret, havíem d'examinar si la situació dels clubs a Alemanya i a la província de Barcelona feia pensar en l'esmentat procés. La nostra pregunta és negativa; la situació dels clubs en un lloc o en un altre és molt diferent.

La diferència principal que s'ha observat entre els clubs alemanys i barcelonins és que els primers tenen un major grau de penetració social que els segons. És a dir, els «Verein» alemanys tenen molta importància per al cultiu de les relacions socials, són llocs de sociabilitat. Les raons històriques de la seva gènesi —que ja hem descrit a les primeres pàgines d'aquest article— s'han anat mantenint i segueixen tenint una importància molt gran en la trama alemanya de les relacions socials. Els clubs tenen mides molt variades i els petits tenen gran importància en el conjunt d'aquests; un club petit afavoreix el contacte humà. Encara que amb un predomini d'homes joves, la seva homogeneïtat no és tan gran com en el cas barceloní, cosa que reafirma aquest caràcter socialitzant dels clubs. Ofereixen una oferta esportiva que connecta parcialment amb les tendències actuals de la demanda; això planteja certs problemes de competència enfront el sector comercial, però, al mateix

temps, els fa més atractius per als diferents públics diversos, més integradors. Per últim, els clubs tenen una gran autosuficiència econòmica gràcies al fet que són més independents de terceres parts i, per tant, tenen una capacitat més gran per adaptar-se als desitjos dels seus membres.

L'espai ocupat pels clubs en el panorama esportiu de la província de Barcelona és més restringit. La distribució dels clubs segons les seves mides és més desequilibrada que a Alemanya i tenen una major importància els clubs grans. El dinamisme, pel que fa a la captació de nous associats durant l'últim any, correspon als clubs petits; aquesta dada és de les poques que coincideixen amb el cas alemany. Tenen un grau d'homogeneïtat molt alt, ja que es componen principalment d'homes adults (a partir dels 18 anys). La seva oferta quasi no coincideix amb la de les tendències de la demanda; té més relació amb els esports anomenats tradicionals, fet que els fa més selectius i menys atractius per a amplis grups de població, però, al mateix temps, tenen un espai molt més definit que no es confon, per exemple, amb l'oferta comercial. Malgrat tot, l'anàlisi dels seus recursos econòmics mostra major dependència de tercers que els clubs alemanys. En cap dels tipus analitzats, els ingressos derivats de les quotes superen el 50% dels recursos.

Com poden ser interpretades aquestes diferències? És necessari que ens remetem a les altres dues preguntes que formulàvem al principi de l'article. La primera d'elles consistia a saber si darrera de les aparences formals comunes la cultura organitzadora que hi ha als clubs i l'espai ocupat en el panorama esportiu són semblants.

Podem dir, que l'única cosa que tenen en comú són les aparences formals, però que, darrera d'elles, hi ha diferències fonamentals que expliquem a continuació.

Els orígens dels clubs en ambdós països són molt diferents. Ja hem comentat al principi de l'article com els «Vereine» alemanys es fonamenten en la filosofia del moviment «Turnen» que rebutja la competició i la performance i proposa altres formes de cultiu del cos i de l'esperit mitjançant els quals les persones estableixen relacions d'amistat.

Encara que en els orígens de l'esport a Catalunya també hi ha la confluència d'altres tradicions (l'excursionisme, les pràctiques de la noblesa, la filosofia del cos dels anarquistes, etc.), el model anglès —el de la competició i la performance— no va ser rebutjat, sinó que va ser acollit per la burgesia ascendent i d'una manera progressiva, també per les incipients classes mitjanes i treballadores. Va ser un model que es va anar imposant i al qual se li atribuïa una imatge de modernitat, democràcia i progressisme en un país submergit en fortes tensions polítiques. És un model que ha arribat fins als nostres dies i que segueix sent la filosofia bàsica dels idearis dels clubs.

Per una altra banda, també hem vist a la gràfica 1 com els clubs de la província de Barcelona, a diferència dels alemanys, són creats principalment en un moment històric (després de 1975) en un moment en què l'Estat i el sector comercial ja han mostrat el seu interès per l'esport. Esport i club no van lligats com a Alemanya, sinó que els clubs han de trobar un espai propi en un panorama esportiu i institucional definit amb antelació. El model de club no és «inventat» no-



més pel moviment voluntari com succeeix a Alemanya durant el segle XIX, sinó que també intervenen en la seva configuració el sector públic i el comercial; ha d'actuar en un espai definit amb antelació.

Les diferències empíriques observades reflecteixen aquests punts de partida diferents que s'han anat consolidant amb el pas dels anys. Els clubs alemanys segueixen cultivant les relacions socials més enllà del rendiment esportiu i aquest és el seu objectiu principal; els de Barcelona, en canvi, es regeixen per la lògica de la performance que cada dia imposa majors exigències (tècniques, assistència mèdica i psicològica, professionalització dels atletes, etc.), la qual cosa explica la necessitat de buscar finançament extern.

Es dirà que la interpretació que es refereix als orígens històrics diferents a la província de Barcelona només pot ser vàlida per als clubs petits i mitjans-petits. Malgrat tot, ¿què passa amb els mitjans-grans o grans que semblen estar cada cop més orientats cap a empreses de serveis, cosa que els condueix a tenir una filosofia que s'aparta de la performance i la competició i intenta ampliar les seves ofertes amb la finalitat de ser més atractius? Tot i que els seus orígens es fessin coneguts pels seus equips de competició —els quals, per una altra banda, encara donen imatge i prestigi al club—, és cert que s'estan apartant d'aquestes arrels inicials.

Per entendre aquests nous desenvolupaments, cal que utilitzem la sociologia política i analitzem els clubs partint de les relacions que estableixen amb els poders públics i el seu posicionament en el panorama esportiu.

És a dir, *la teoria dels arranjaments institucionals i la posició que, gràcies a aquests, ocupen els clubs en el panorama de la política esportiva* —a vegades, també desbordant aquest àmbit— *d'un país*.

Quan ens referim a les dates de fundació dels clubs, ja hem esmentat breument com a les societats modernes desenvolupades, els clubs poden col·laborar amb l'Estat per afrontar conjuntament el desenvolupament de l'esport (Heinemann, 1990; Puig & Heinemann, 1995). Aquesta col·laboració es fa partint de dos models: el cooperatiu i el cooperatiu-subsidiari. Amb el model cooperatiu, l'Estat no actua sol, sinó que estableix formes de col·laboració amb la societat civil, especialment amb el moviment esportiu. S'estableixen unes condicions de col·laboració per garantir l'esmentat principi d'igualtat. El model cooperatiu-subsidiari no estableix condicions per oferir ajut; la filosofia subjacent és que les organitzacions ja coneixen bé quins són els seus interessos i no cal posar-los condicions, atès que elles ja saben el que necessiten per ajudar-se a si mateixes.

Doncs bé, és a la llum d'aquests models que es poden interpretar els desenvolupaments més recents de les organitzacions esportives que hem analitzat.

Els clubs alemanys constitueixen el fonament de la promoció de l'esport a Alemanya. Estan agrupats en la «Deutsche Sportbund» (DSB) que és l'organització responsable de l'esport en aquest país. L'Estat no compta amb un Ministeri de l'esport, sinó que, com que al·lega la filosofia del principi de subsidiarietat, delega en la DSB tota la responsabilitat en matèria esportiva.

Aquest organisme, mitjançant una complicada estructura, arriba a mobilitzar al voltant de 23 milions de practicants esportius (16). Els clubs no reben cap ajut financer directe de l'Estat, però atès que aquest ofereix de franc —a través dels ajuntaments— l'ús de les instal·lacions esportives a més d'un 70% dels clubs i ha establert un marc legal altament favorable per a aquest tipus d'organitzacions (recordeu, entre d'altres, el tema de les donacions al qual hem fet referència en l'apartat de recursos econòmics), aquests es troben en una posició política i econòmicament avantatjosa respecte a un altre tipus d'organitzacions, especialment les comercials. El fet que tots els clubs esportius alemanys s'agrupin sota una sola organització «paraigua», això dóna a la DSB un poder negociador molt avantatjós per als seus interessos.

Quines diferències i semblances trobem a la província de Barcelona pel que fa a això? Segons el nostre entendre i partint de l'anàlisi de les dades de l'enquesta i algunes fonts documentals consultades fins al moment, els clubs petits i mitjans-petits gaudeixen d'una relació de subsidiarietat amb els poders públics. Per descomptat, les subvencions que reben són molt més petites si es considera el percentatge que representen en relació al total d'ingressos. Però no només és una qüestió de diners, sinó del pes polític que exerceixen a causa de la seva uniformitat d'interessos i coherència d'actuacions. Si bé és cert que són selectius pel que es refereix al públic que atrauen, estableixen una trama organitzadora a tota la província de Barcelona que arriba fins als llocs més recòndits. I, atès que s'agrupen en consells comarcals i en federacions, tenen una certa capacitat

(16) Això representa el 30% de la població alemanya, mentre que a Espanya, el percentatge de persones afiliades a un club esportiu és del 10%.

de pressió política i aconseguixen una atenció institucional que es tradueix en una relació de tipus subsidiari.

De totes maneres, encara que hi hagi certes semblances amb el cas alemany, no es pot dir que la capacitat de pressió política d'aquest tipus de clubs a Espanya sigui tan gran com aquest. En realitat, no compten amb una organització poderosa que els agrupi tots i que sigui capaç d'influir de forma tan important, com a Alemanya, sobre la política esportiva del país.

La diferència és encara més gran quan s'analitzen els clubs grans i mitjans-grans que funcionen amb una doble lògica. Una pot ser la subsidiària i la interpretem amb el mateixos termes que en el paràgraf anterior. L'altra és la cooperativa i gràcies a ella, s'explica la seva orientació cap als serveis.

La vocació dels poders públics a la província de Barcelona s'ha anat orientant de manera progressiva a una complementaritat amb la societat civil més que com una superposició amb les tasques dutes a terme per aquesta (Puig & Heinemann, 1995). És molt corrent establir convenis de cessió d'instal·lacions, d'organització de programes de promoció o campanyes d'estiu, etc. amb clubs. La filosofia s'ajusta als principis del model cooperatiu. No és que es deixi al club fer el que vulgui, sinó que s'estableix un plec de condicions i, si aquest és capaç de complir-lo, té garantida la col·laboració amb l'ens públic tant de temps com els acords es compleixin. Aquesta fórmula ha estat aplicada en molts municipis i pot ser la raó que expliqui l'enorme increment del nombre d'associats a clubs que en un període de deu anys han duplicat i triplicat el seu nombre. Els clubs han trobat el seu espai en el panorama esportiu gràcies a arranjaments

institucionals que han estat capaços d'establir amb els poders públics de la província. Aquest aspecte ens sembla exclusiu de Barcelona i és, segons el nostre parer, la raó que explica la major presència de clubs grans en comparació amb el cas alemany.

Veiem doncs com darrera de les aparències semblants s'amaga alguna semblança, però, sobretot, diferències fonamentals en la cultura organitzadora i en el posicionament dels clubs en el context de la política esportiva de cada país.

Ara, l'última pregunta d'interès sociològic que queda per respondre és la següent: compleixen la mateixa funció social els clubs alemanys que els espanyols? I, en cas de no ser així, a què són degudes aquestes diferències?

La resposta és també negativa, ja que considerem que no compleixen la mateixa funció. L'observació empírica de què partim és que els clubs de Barcelona són més selectius en comparació amb els alemanys, cosa que ens fa creure que els clubs alemanys tenen major importància des del punt de vista de les relacions socials que els de la província de Barcelona.

Ara bé, vol dir això que a Barcelona ens trobem davant una societat més desarticulada? En absolut. El que estem dient és que els clubs es desenvolupen dins d'un context social i cultural diferent i, en conseqüència, les funcions desenvolupades també ho són. A quin tipus de diferències ens estem referint?

Malgrat que també està sotmesa a grans transformacions, l'estructura de la família a Espanya és encara molt diferent a l'alemanya que és molt més nuclear. I no només això, sinó que és comú que els fills deixin la llar familiar per anar-se'n a estudiar i ja no tornin mai més. I

també hi ha una major disponibilitat a la mobilitat per raons professionals. També s'ha de tenir en compte un major sentit de la individualitat i l'autoresponsabilitat derivada del profund arrelament cultural que té l'ètica protestant a la societat alemanya. El resultat és que a la família hi ha una falta de centralitat pel que fa a les relacions socials en comparació a les que hi ha a Espanya.

Cada vegada més, els qui treballen en sociologia de la família a Espanya parlen de *família tradicional modificada*, cosa que és de gran interès, atès que un cop més s'enfonsa el mite globalitzador per donar pas a la capacitat de cada cultura per integrar la tradició a les noves tendències. Així la família tradicional modificada és aquella que, malgrat que tendeixen cap a la nuclearització, manté trets de la tradicional. Els pares vells ja no conviuen amb els fills, però estan a prop i mantenen molt contacte amb ells principalment gràcies al telèfon i també a néts i nètes que supleixen la falta de temps de la mare, qui en la majoria d'ocasions té un treball fora de casa. La celebració de festes familiars segueix tenint un paper important i les visites mútues durant les vacances també. El resultat és que la família segueix ocupant molt de temps en el món de les relacions, cosa que indirectament disminueix la funció social exercida pels clubs.

L'organització del temps també és un aspecte molt important. La jornada laboral a Espanya acaba tard, amb una pausa al migdia molt més llarga que en d'altres països, especialment a Alemanya. Si es desitja anar a un club, s'ha de gestionar el temps de manera molt estricta o s'hi ha d'anar molt tard. En aquest últim cas deixa de ser un bon moment per a les dones, atès que a la tarda, treballin o no, han d'atendre les seves responsabilitats familiars.



Per últim, sorgeixen a Espanya organitzacions que no tenen tant d'arrelament en d'altres països i que s'adapten més a l'estructura familiar i l'aprofitament del temps en aquest país. Ens estem referint a les confraries, bandes musicals, comissió de festes, penyes, agrupacions de ball, etc. que existeixen en tots llocs i que sense cap necessitat d'ajuts oficials o de ser professionals, subsisteixen amb el pas dels temps desenvolupant any darrera any aquest ampli ventall d'activitats d'oci. No hi ha cap dubte que també entren en competència amb l'oferta esportiva, de manera que limiten no només la demanda que s'hi pugui dirigir, sinó canviant fonamentalment la funció social que els clubs esportius, entre d'altres, exerceixen en el context social.

Responguem ara les preguntes pràctiques i de futur. Aquestes connectaven amb el repte de la integració europea i amb la manera com l'estudi dels clubs permetia tractar-la. La lliçó que s'extreu de la nostra anàlisi és la gran diversitat que s'observa en la situació dels clubs més enllà d'aparències formals semblants.

En ambdós casos analitzats, els clubs són nuclis d'identitat, llocs de socialització per a les persones que hi estan adherides. El més interessant, malgrat tot, és que aquesta funció té característiques diferents i no es dirigeix al mateix tipus de persones. Veiem que, degut a contextos ben diferents, els clubs alemanys són menys selectius que els de Barcelona. Ara bé, això no vol dir que els de Barcelona siguin «pitjors», sinó que són diferents i les funcions que porten a terme tenen sentit per a aquells qui hi estan vinculats. La societat espanyola és diferent a l'alemanya i només és possible entendre el sentit

dels clubs si s'analitza en el context en el qual es desenvolupen.

Per això, una política esportiva europea que en el futur no contempli la individualitat de cada país (dels seus clubs, però també del conjunt del seu sistema esportiu) pot tenir efectes desarticuladors. Més que contribuir a una millora de la situació destruiria la riquesa de les tradicions locals, les quals s'han anat constituint amb el pas del temps i són el fonament de la identitat esportiva de cada país.

En conseqüència, les diferències posades de manifest en l'anàlisi que ara finalitzem no només són importants des del punt de vista sociològic, sinó també polític i sobretot, humà. Ens han permès donar les primeres passes en la comprensió de la riquesa dels clubs esportius a Europa, però també dèiem al principi que les nostres dades són insuficients. Cal comptar amb les dades referents, no només a una província, sinó al conjunt de països. I també iniciar d'altres investigacions que permetin aprofundir en temes complementaris al que s'ha tractat. És necessari, per exemple, conèixer el tipus de processos que condueixen al fet que els clubs siguin configuradors d'identitats de grup, les característiques de la cultura organitzadora, la relació entre les emocions en aquestes organitzacions i els processos de constitució de les esmentades identitats.

Per tot això, hem de concloure dient que aquest article, més que representar el final d'un procés és un suggeriment per seguir avançant en l'estudi d'un tema d'interès tan fonamental com és el dels clubs esportius.

Bibliografia

- GARCÍA FERRANDO, M., (1991) *Los españoles y el deporte (1980-1990). Un análisis sociológico*, Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, Instituto de Ciencias de la Educación Física y el Deporte.
- GARCÍA FERRANDO, M., (1993) *Tiempo libre y actividades deportivas de la juventud en España*. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Juventud.
- HARVEY, J.; BEAMISH, R.; DEFANCE, J., (1993) «Physical exercise policy and the Welfare State: a framework for comparative analysis». A *International Review for the Sociology of Sport*, vol. 28, (1), pp.53-64.
- HEINEMANN, K., (1990) *Einführung in die Soziologie des Sports*, Karl Hofmann, Schorndorf, 3ªed.
- HEINEMANN, K., (1992) *Problemas sociofinanciers de les organitzacions benèfiques*, Secretaria General de l'Esport, Servei de Docència i Investigació.
- HEINEMANN, K. (1993) «La situación del asociacionismo deportivo en Alemania, presente y futuro». A *Actas de los 3os. Encuentros de Política Deportiva*, Barakaldo (Bilbao), 93-105.
- HEINEMANN, K., (1995a) *Einführung in die Ökonomie des Sports*, Karl Hofmann, Schorndorf. De pròxima aparició en castellà: *Introducción a la Economía del deporte*, Barcelona, Paidotribo.
- HEINEMANN, K., (1995b) «Tiempo y dinero en el desarrollo del deporte». A *Revista española de educación física y deportes*, vol.2,(4), pp.4-11.
- HEINEMANN, K.; HORCH, H.D., (1991) *Elemente einer Finanzsoziologie freiwilliger Vereinigungen*, Enke, Stuttgart.
- HEINEMANN, K.; SCHUBERT, M., (1994) *Der Sportverein*, Schorndorf, Karl Hofmann.
- LAGARDERA, F., (1992) «De la aristócrata gimnástica al deporte de masas: un siglo de deporte en España». A: *Sistema*, (110-111), 9-36.
- MORENO, A., (1995) *El proceso de adaptación de un cuestionario sobre clubs deportivos*, comunicació presentada al I. Seminari Europeu sobre Organitzacions Esportives, Barcelona, Octubre.
- MORENO, A., (1993) «El asociacionismo deportivo en España». A *Apunts. Educació Física i Esports*, (33), 58-63.

- OYEN, E., ed. (1990) *Comparative methodology. Theory and practice in international social research*, London, Sage.
- PUIG, N.; HEINEMANN, K., (1995) «Poders públics i desenvolupament de l'esport a Catalunya. Proposta de marc teòric interpretatiu». A *Acàcia*, revista del Departament d'Història Contemporània de la Universitat de Barcelona.
- PUIG, N.; MORENO A.; LÓPEZ, C., (1995) *A theoretical approach about the situation of sport organisations in Spain*, comunicació presentada al II Seminari europeu sobre organitzacions esportives, Köln, juny.
- PUIG, N.; HEINEMANN, K., (1991) «El deporte en la perspectiva del año 2000». A *Lectures en sociologia de l'oci i de l'esport*, Barcelona, Publicacions de la Universitat de Barcelona, pp. 47-58.
- PUJADAS, X.; SANTACANA, C., (1992) «The Popular Olympic Games, Barcelona 1936: Olympians and Antifascists». A: *International Review for the Sociology of Sport*, vol.27, (2), 139-150.
- PUJADES, X.; SANTACANA, C., (1994) *Història il·lustrada de l'esport a Catalunya, vol. I (1870-1931)*, Barcelona, Columna Edicions, S.A., Diputació de Barcelona.
- SECRETARÍA GENERAL DE L'ESPORT, (1995) *Enquesta sobre la pràctica d'activitats físico-esportives a Catalunya*, Barcelona.
- SIMMEL, G., (1968) *Soziologie-Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Berlin, Dunker & Humblot, 5a ed.